



HughesNet impulsiona negócios de produtor artesanal no interior

Conectividade possibilitou aumento das vendas do empreendimento e faturamento mais que dobrou em dois anos

São Paulo, Novembro de 2020 – A Hughes do Brasil, uma subsidiária da Hughes Network Systems LCC (HUGHES), líder mundial em redes e serviços de internet de banda larga via satélite, é uma das principais impulsionadoras do crescimento do Pé do Morro, propriedade produtora de queijos e produtos artesanais, por meio da HughesNet, serviço de banda larga via satélite voltado a residências e pequenas empresas na área rural. Desde que o empreendimento passou a utilizar o serviço, há dois anos, encontrou novas possibilidades de expansão, além do impulsionamento de suas vendas e reconhecimento na região.

O Pé do Morro nasceu em 2016, quando seu fundador, Érico Kolya, abriu mão de uma promissora carreira como funcionário de uma multinacional alemã para se dedicar à vida no campo como produtor artesanal de alimentos. Após um período de estudos e experimentações na Argentina, Alemanha e Suíça, Kolya inaugurou o empreendimento em Cabreúva, a 100 km de São Paulo, e com o tempo tornou-se referência na produção sustentável de queijos, vinhos, azeites, pães, manteiga, café e geleias.

Com o desenvolvimento da produção, Kolya percebeu que conectividade e tecnologia eram requisitos indispensáveis para que a iniciativa decolasse de vez como negócio. Mas a propriedade, localizada na área rural, no alto da Serra do Japi, nunca esteve no radar de cobertura das grandes operadoras de internet banda larga. “Desde o começo ficamos refém da conexão 3G pelo celular”, relata o empreendedor. “Imagine enfrentar essa limitação para tocar toda parte de comunicação, área fiscal, reuniões e tudo mais que envolve o planejamento de uma empresa”, completa.

Em 2018, com a chegada da HughesNet, Kolya finalmente trocou a instabilidade e o elevado custo dos pacotes de dados pela internet via satélite e eliminou as apressadas e imprevisíveis idas à cidade quando precisava se conectar à rede. A HughesNet conferiu agilidade ao planejamento do negócio, dando condições ao Pé do Morro para ampliar a produção e crescer.

No período mais crítico da pandemia do novo coronavírus, quando precisou interromper as vendas presenciais no sítio aos finais de semana, foi na internet da Hughes que Érico descobriu novas possibilidades para divulgar o Pé do Morro e continuar ativo. Começou a organizar *lives* nas redes sociais acompanhado por outros produtores e especialistas em alimentação natural. Para completar, participou do Degustando o Caminho, evento virtual de



degustação e harmonização de queijos. “Mesmo distantes, a internet via satélite da Hughes nos permite levar o sabor e a história dos nossos produtos para a casa das pessoas”, conta o produtor.

Atualmente já é possível encontrar os queijos artesanais criados por Érico e outros produtos do Pé do Morro em estabelecimentos de São Paulo e outros seis estados. Mas o empreendedor pretende ir além e estabelecer uma identidade de aproximação com o público consumidor de maneira cada vez mais natural, didática e sustentável, seja presencialmente ou pela internet. “A dificuldade de conexão sempre foi um problema generalizado no meio rural, por isso é muito satisfatório ver essa realidade mudar para muitos produtores, assim como mudou para mim”, finaliza.